

KATEGORIE SOCIAL



**Aufrunden
bitte!**

KUNDE

„Deutschland rundet auf“ – Kleine Cents, große Wirkung.

Es war einmal ein winzig kleiner Cent. Seit Jahren lag er auf dem Boden einer Handtasche. Eines Tages fand ihn Christian Vater, Initiator und Gründer von „Deutschland rundet auf“, und überlegte sich, wie man diese lästigen Cents in Tasche und Geldbeutel sinnvoll nutzen könnte. „Was wäre, wenn ich Millionen von diesen kleinen Cents sammeln würde? Ich könnte die Welt verändern!“ „Deutschland rundet auf“, eine gemeinnützige Spenden-Stiftung durch Kleinstspenden im Alltag, war geboren.

AGENTUR

Dorland, Berlin

„Der Schlüssel zum Erfolg ist Überzeugungskraft, um Menschen für eine gute Idee zu bewegen. Christian Vater hat uns überzeugt und wir gemeinsam die Menschen, mit wenigen Cents unser Land ein Stück besser zu gestalten.“ Stefan Hansen (Managing Partner)

Credits:

Hendrick Melle (Chief Creative Officer), Tilman Rütters (Client Service Director),
Julian Hein (Creative Director), Melanie Buss (Art Director), Amer Khaled (Junior Art Director),
Dajana Bittel (Account Managerin), Antje Wolter (Print Producer)
Online: Jan Leube, Y&R (Chief Creative Officer)

AUFRUNDEN, BITTE!

Mit den zwei einfachen Worten: „Aufrunden, bitte“ kann jeder an der Kasse seinen Einkaufsbetrag auf den nächsten vollen 10-Cent-Betrag aufrunden und damit nachhaltig zu 100 % soziale Projekte in Deutschland fördern. Egal ob mit 1 oder 10 Cent – es ist und bleibt ein bezahlbarer Betrag für jedermann, der nicht weh tut (Painless-Giving). 2012 waren es vor allem Projekte, die gezielt Kinder und Jugend in Bildung, Integration, Engagement und Umwelt fördern und unterstützen. Jede Spende, die Verwendung der Mittel und deren Wirkung können online auf www.deutschland-rundet-auf.de verfolgt werden, wie auch der aktuelle Spendenstatus zu dem aktuellen, zu fördernden Spendenprojekt.

Ziele

Die Aufgabe der Kampagne für „Deutschland rundet auf“ war die Initiierung einer Bewegung der Bürger Deutschlands, ihre Gesellschaft auf einfache Weise jeden Tag ein bisschen besser zu machen.

Hierfür ging es primär um die generelle Bekanntmachung der Initiative und das Erklären der Methodik, um erstmalig ins Relevant Set der möglichen Spendensysteme zu gelangen und die Partnerunternehmen zu bestätigen.

1. Bekanntmachung der Initiative „Deutschland rundet auf“

- Ich kann aufrunden!
- Wie kann ich aufrunden?
- Wo kann ich aufrunden?

2. Akzeptanz/kontinuierliche Spendenbereitschaft

3. Mediale Sichtbarkeit

- mit 0 Euro maximale Sichtbarkeit – mind. 2 Mio. Euro pro bono Mediavolumen generieren

Zielgruppen

1. Die externe Zielgruppe:

- Querschnitt der Gesellschaft: ALLE, die einkaufen
- weitere, potentielle Handelspartner

2. Die interne Zielgruppe:

- bereits bestehende Partner, Botschafter und der Beirat

KATEGORIE SOCIAL

Kreativstrategie

Jeder kann mit ein paar Cent Gutes tun.

Er muss an der Kasse nur zwei Worte sagen: „Aufrunden bitte!“

Deshalb war der kreative Ansatz: **Kein Mitleid, kein Drama, keine Tränendrüse – authentische Menschen fordern aus Überzeugung mit eigenen Worten zum Aufrunden auf!** Weil jeder aufrunden kann, haben wir „jeden“ zum Casting eingeladen – einen Querschnitt durch die Gesellschaft – alt und jung, dick und dünn.

Um zu übersetzen wie locker, selbstverständlich und bequem die Spendenmethodik ist, ging es darum, genau diese Stimmung zu vermitteln – und das so authentisch wie möglich.

Hierbei wollten wir das Momentum langfristig nutzen, das man erlebt, wenn man jemandem von der Idee berichtet: die spontane Begeisterung und der Wille zur sofortigen Umsetzung. So haben unsere „Darsteller“ erst beim Casting zum ersten Mal von der Aktion erfahren.

Ihre spontanen Reaktionen auf „Deutschland rundet auf“ haben wir dann sofort in Bild und Film festgehalten – direkt in die Kamera und direkt in die Herzen der Zuschauer. Zusätzlich gab es Funkspots, begleitende POS-Maßnahmen und eine zentrale Website u.a. mit Spendenticker, um Transparenz zu unterstreichen und die gesamte Kampagne darzustellen.



DEUTSCHLAND RUNDET AUF

Ergebnisse

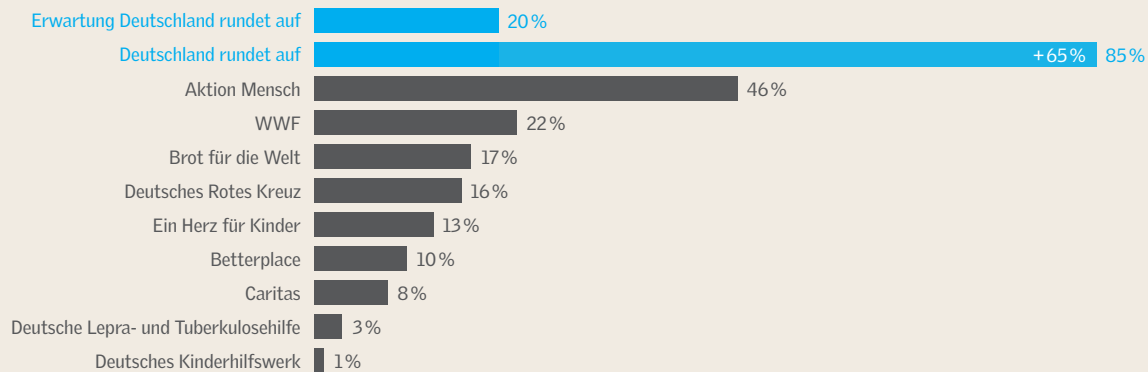
Ich kann aufrunden: Werbeerinnerung 85 % nach sechs Wochen

Wie kann ich aufrunden: Bekanntheit der Vorgehensweise 64 % nach sechs Wochen

Wo kann ich aufrunden: 44 % Zustimmung nach sechs Wochen.

Bekanntheit der Einführungskampagne „Aufrunden, bitte!“

Frage: „Für welche dieser gemeinnützigen Organisationen ist Ihnen in letzter Zeit Werbung aufgefallen, egal in welchem Medium (Zeitschriften, Internet, Radio, Plakate, Fernsehen usw.)?“



Quelle: Trend Research 2012

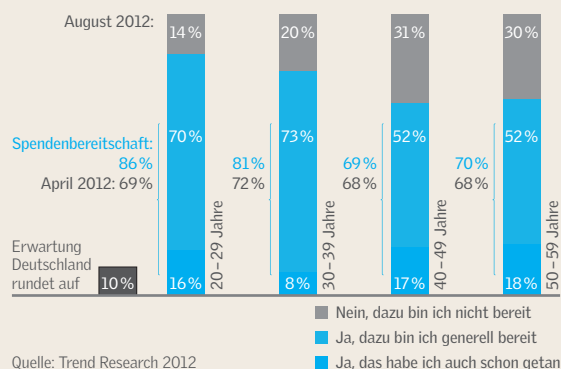
Kontinuierliche Spendenbereitschaft:

Die Spendenbereitschaft hat sich bereits bis zum 30.04.2012 mit 4.096.094 aktiven Aufrundungsvorgängen im alltäglichen Einkauf integriert (Quelle: „Deutschland rundet auf“).

Insgesamt wurden vier TV- und vier Hörfunkspots sowie sechs verschiedene Anzeigen- und Plakatmotive geschaltet. Es kann ein mit der Einführungskampagne erreichtes pro bono Mediavolumen über OMG nachgewiesen werden, das alleine für Print- und TV-Medien der Reichweite eines Budgets von umgerechnet 11.557.710 Euro entspricht. Damit lagen wir 5,78-fach über Plan.

Spendenbereitschaft bei der Einführungskampagne „Aufrunden, bitte!“

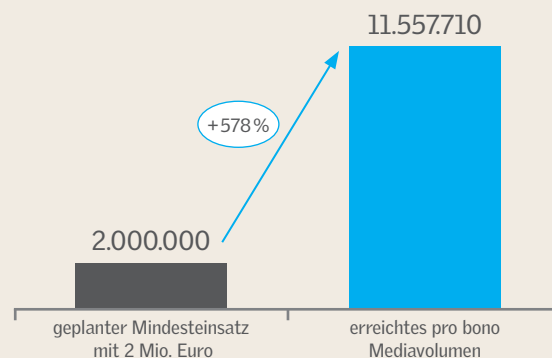
Frage: „Sind Sie generell bereit, bei einem Bezahlvorgang an der Kasse den zu bezahlenden Betrag um bis zu max. 10 Cent aufzurunden?“



Quelle: Trend Research 2012

Erreichte mediale Sichtbarkeit der Einführungskampagne „Aufrunden, bitte!“

Plan Mindesteinsatz vs. erreichtes pro bono Mediavolumen bis 31.12.2012 in Euro



Quelle: Deutschland rundet auf

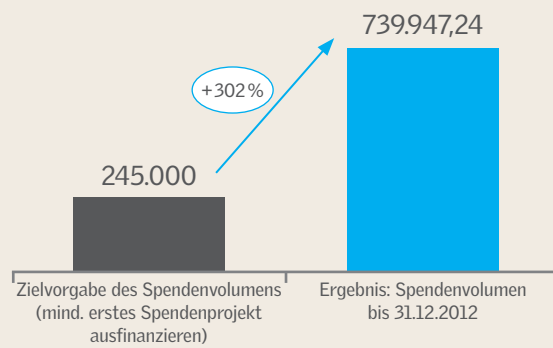
KATEGORIE SOCIAL

Effizienz

Die Spendeninitiative finanziert sich zu 100 % aus Partnerleistungen. Alle unternehmerischen Kosten rekrutierten sich ausschließlich aus den Partnergebühren. Das Mediabudget wird aus pro bono-Leistungen generiert. Somit kann eine 100-prozentige Spendenweitergabe gewährleistet werden.

Erreichtes Spendenvolumen mit der Einführungskampagne „Aufrunden, bitte!“

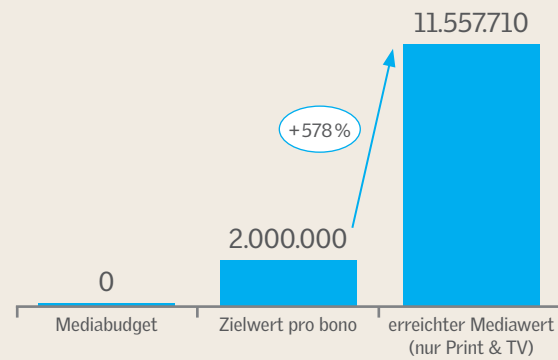
Zielvorgabe vs. erreichtes Spendenvolumen bis 31.12.2012 in Euro



Quelle: Deutschland rundet auf

Effizienz: Erreichter Mediawert mit der Einführungskampagne „Aufrunden, bitte!“

Erreichter Mediawert bis zum 31.12.2012 in Euro



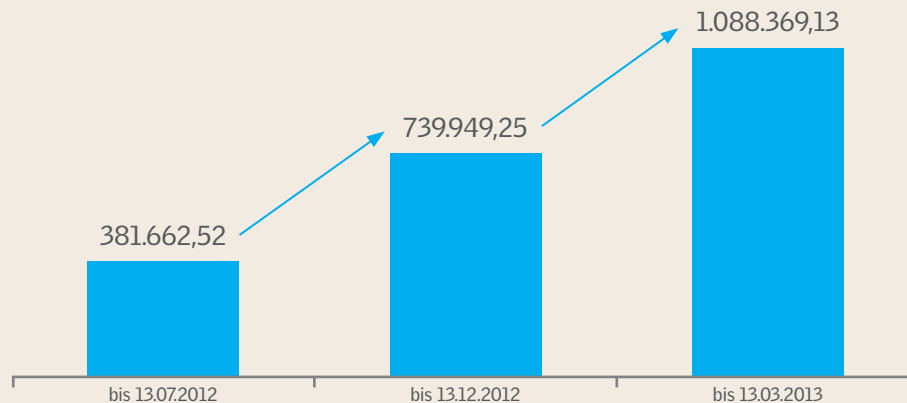
Quelle: Omnicom Media Group

Ohne das Engagement aller an der Initiative beteiligten Partner wäre dieser Erfolg nicht möglich gewesen. Daher auch ein spezieller Dank an alle Handels- und pro bono-Partner, die wir mit unserer Einführungskampagne „Aufrunden, bitte!“ von der Initiative überzeugen konnten.

„Deutschland rundet auf“ hat Deutschland ein ganzes Stück besser gemacht. Seit Aufrundungsstart konnten bisher insgesamt vier Spendenprojekte zu 100 % ausfinanziert werden. 15.000 Kinder aus vier ausfinanzierten Spendenprojekten sagen Danke.

Spendenvolumen bis Ende 2012 mit der Einführungskampagne „Aufrunden, bitte!“

Kontinuierlich generiertes Spendenvolumen in Euro



Quelle: Deutschland rundet auf

Bis zum 31.03.2013 wurden insgesamt vier Spendenprojekte zu 100 % erfolgreich ausfinanziert.

DEUTSCHLAND RUNDET AUF

